

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LEONE DAROIT SECCO

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA ABERTURA DA
CHOPERIA SOLANA STAR**

CURITIBA

2017

LEONE DAROIT SECCO

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA ABERTURA DA
CHOPERIA SOLANA STAR**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Françoise Iatski de Lima

CURITIBA

2017

LEONE DAROIT SECCO

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA ABERTURA DA
CHOPERIA SOLANA STAR**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Françoise Iatski de Lima
Orientadora – Departamento de Ciências Econômicas – UFPR

Prof.^a Dayani Cris de Aquino
Departamento de Ciências Econômicas – UFPR

Prof. Fernando Motta Correia
Departamento de Ciências Econômicas – UFPR

Curitiba, 8 de dezembro de 2017.

AGRADECIMENTOS

À Deus por proporcionar a conclusão de uma importante etapa da minha vida acadêmica.

À minha esposa, Caroline, pela dedicação, apoio e compreensão.

Aos meus pais, Leonardo e Milene, por sempre acreditarem em mim e por todo apoio que sempre me deram.

Aos meus irmãos, Giuliano, Verônica, Maria Eugênia e Antônio, por sempre me apoiarem nas minhas decisões.

À professora Françoise, minha orientadora, pelo incentivo, conhecimento e colaboração para elaboração deste trabalho.

E a todos os meus amigos e colegas de curso, por tudo que passamos e aprendemos juntos durante minha trajetória na Universidade Federal de Paraná.

RESUMO

Este projeto tem como objetivo apresentar estudos e análise de viabilidade econômica para a implantação de uma choperia localizada na Rua Marquês do Paraná, número 1269, no bairro Água Verde, no município de Curitiba. A choperia pretende servir chopes artesanais de qualidade das principais marcas de cervejas paranaenses. A elaboração desse plano de negócios busca avaliar o novo empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, jurídico e organizacional. Visto o crescente aumento do potencial de mercado de bares/choperias, onde agregar valor ao produto, inovando com criatividade, é o diferencial, foi constatada uma oportunidade de negócio que deve ser analisada para se comprovar ou não a viabilidade desse tipo de empreendimento em um mercado crescente com alto poder de consumo que representa o bairro Água Verde. Este trabalho visa analisar os aspectos que fazem dessa região e do empreendimento em questão compatíveis e viáveis, obedecendo a todos os critérios da elaboração de um plano de negócios.

Palavras-chave: Plano de negócio. Viabilidade. Cervejas artesanais.

ABSTRACT

This project aims to present studies and analysis of economic feasibility for the implantation of a craft beer market located at Rua Marquês do Paraná, number 1269, in the neighborhood Água Verde, in the city of Curitiba. The craft beer market intends to serve craft beers of high quality from the main breweries from Paraná. The preparation of this business plan seeks to evaluate the new enterprise from a marketing, technical, financial, legal and organizational point of view. Given the growing potential of the bar / beer market, where to add value to the product, innovating with creativity, is the differential, a business opportunity has been verified that must be analyzed to prove the viability of this type of enterprise in a growing market with high consumption power that represents the neighborhood Água Verde. This work aims to analyze the aspects that make this region and the enterprise in question compatible and viable, obeying all the criteria of the elaboration of a business plan.

Keywords: Business plan. Viability. Craft beers.

LISTA DE IMAGENS

FIGURA 1 – MAPA COM OS CONCORRENTES NO BAIRRO ÁGUA VERDE	24
GRÁFICO 1 – ANÁLISE DE DISTRIBUIÇÃO DE	22
RENDA DO BAIRRO ÁGUA VERDE EM 2010	
GRÁFICO 2 – PIRÂMIDE ESTÁRIA DO BAIRRO ÁGUA VERDE EM 2010.....	23

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – PARTILHA DO SIMPLES NACIONAL – COMÉRCIO	16
TABELA 2 – INVESTIMENTO FIXO	28
TABELA 3 – INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS.....	29
TABELA 4 – NECESSIDADE LIQUÍDA DO CAPITAL DE GIRO EM DIAS.....	31
TABELA 5 – CUSTO TOTAL DIÁRIO	31
TABELA 6 – NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO	32
TABELA 7 – TOTAL DOS INVESTIMENTOS	32
TABELA 8 – RECEITA BRUTA MENSAL	33
TABELA 9 – CUSTOS COM MATERIAIS DIRETOS	34
TABELA 10 – CUSTO MENSAL DA MÃO DE OBRA	35
TABELA 11 – CUSTOS FIXOS	35
TABELA 12 – FLUXO DE CAIXA PREVISTO ANO 1	37
TABELA 13 – FLUXO DE CAIXA PREVISTO ANO 2	39
TABELA 14 – FLUXO DE CAIXA PREVISTO ANO 3	41
TABELA 15 – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO (DRE)	43

LISTA DE SIGLAS

CERVBRASIL – Associação Brasileira da Indústria da Cerveja
CDC – Código de Defesa do Consumidor
CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social
CONCLA – Comissão Nacional de Classificação
CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
DRE – Demonstração de Resultado do Exercício
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
ICMS - Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação
IRPJ – Imposto de renda Pessoa Jurídica
INSS – Instituto Nacional de Seguridade Social
PIS/PASEP – Programa de Integração Social
ROI – Retorno Sobre o Investimento
TIR – Taxa Interna de Retorno
TMA – Taxa Mínima de Atratividade
VPL – Valor Presente Líquido

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	12
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivos gerais.....	13
1.2.2 Objetivos específicos.....	13
1.3. JUSTIFICATIVA	14
1.4. PROBLEMA DE PESQUISA	14
2. ASPECTOS LEGAIS	15
2.1. DESCRIÇÃO LEGAL.....	15
2.2. SETOR DE ATIVIDADE	15
2.3. DOMICILIO EMPRESARIAL	15
2.4. FORMA JURIDICA.....	15
2.5. EXIGÊNCIAS LEGAIS E ESPECÍFICAS.....	17
3. LOCALIZAÇÃO	20
3.1 INFRAESTRUTURA.....	20
4. ESTUDO DE MERCADO	21
4.1. POTENCIAIS CLIENTES	21
4.2. ANÁLISE E SEGMENTAÇÃO DA DEMANDA	22
4.3. ANÁLISE DO MERCADO.....	23
4.3.1 Análise da concorrência	24
4.4. ESCOLHA DOS PRODUTOS E FORNECEDORES.....	25
4.5. ESTUDO DOS FORNECEDORES	27
5. PLANO FINANCEIRO.....	28
5.1 INVESTIMENTOS	28
5.2. PROJEÇÃO DE RECEITAS.....	33
5.3 ESTIMATIVAS DE CUSTOS.....	33
5.3.1 Custos com materiais diretos	34
5.3.2 Custos da mão de obra	34
5.3.3 Custos fixos e despesas operacionais	35
5.4 FLUXO DE CAIXA.....	36
5.5 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO (DRE).....	43
5.6 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK).....	43
5.7 RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO (ROI).....	44

5.8 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)	44
5.9 TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)	45
6. CONCLUSÃO	47
REFERÊNCIAS.....	49

1. INTRODUÇÃO

O meio empresarial está passando por transformações constantemente, por isso, o empreendedorismo se tornou necessário e mostrou-se cada vez mais frequente no Brasil. O planejamento e a análise econômico-financeira são ferramentas de gerenciamento utilizadas em todos os tipos de empresas, das grandes corporações às microempresas, com o objetivo de minimizar os riscos, pois através delas a organização pode planejar e prever possíveis insucessos. É, portanto, um instrumento importante para a comunicação da viabilidade do seu negócio, sendo fundamental para o momento da negociação.

O plano pode também ser usado para vender parte do negócio a sócios potenciais, estabelecer alianças com futuros parceiros, buscar financiamentos e crédito junto a bancos, captar investimentos com investidores de risco e orientar os colaboradores a trabalharem alinhados com a missão da empresa. Através dos conceitos de Plano de Negócios, serão buscadas informações que orientem e viabilizem o empreendimento em questão.

Esse projeto está organizado em seis capítulos, o primeiro deles é a introdução que é formada por uma contextualização sobre o mercado de cervejas, os objetivos do projeto, a sua justificativa e os problemas de pesquisa que deverão ser respondidos ao longo do projeto. No segundo capítulo estão os aspectos legais do projeto, como sua descrição legal, o setor de atividade, sua forma jurídica e as exigências legais e específicas necessárias para a abertura do empreendimento. O terceiro capítulo é sobre a localização do empreendimento. O quarto capítulo é um estudo do mercado em que a empresa será inserida, ele contém o perfil dos potenciais clientes, uma análise e segmentação da demanda, a análise do mercado e da concorrência, como foi feita a escolha dos produtos e um estudo sobre os fornecedores. No quinto capítulo está o plano financeiro, nele são apresentados os investimentos necessários, a projeção das receitas, as estimativas de todos os custos, o fluxo de caixa, a demonstração de resultados e os principais indicadores de viabilidade do projeto. E por último, o sexto capítulo que é a conclusão do projeto.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Há 6.000 anos já se consumia cerveja no Egito, na Babilônia e em outros lugares do mundo, a bebida era utilizada em eventos religiosos e festividades. Sempre houve uma grande aceitação da bebida e com o passar do tempo a cerveja se espalhou por muitos lugares. Foi na Europa que houve a incorporação de lúpulo a receita, junto com a retirada de alguns outros ingredientes (principalmente ervas) de sua composição.

Atualmente a cerveja é consumida e comercializada em praticamente todo o mundo. No Brasil a cerveja se tornou um produto essencial, que é muito apreciada principalmente em festas e confraternizações. No cenário comercial, é possível observar uma imensidade de marcas que se diversificam pelo sabor e preços, mas que tem em comum a grande movimentação de capital.

De acordo com o Anuário 2015 da Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CervBrasil), a Kirin Beer University realizou pesquisa que apontou que em 2014 o Brasil tinha a posição de terceiro maior produtor de cerveja do mundo, ficando atrás apenas de China e Estados Unidos. O Brasil produz mais de 14 bilhões de litros de cerveja por ano e o consumo médio é de mais de 62 litros por habitante. Ainda segundo a CervBrasil, a produção cresceu a uma taxa média de 5% ao ano, entre 2004 e 2014.

Segundo dados do Instituto da Cerveja (2017), entidade que oferece cursos de capacitação relacionados à bebida, entre os anos de 2005 e 2016 o Brasil teve um aumento significativo no número de micro cervejarias, saindo de menos de 50 microempresas em 2005 para quase 500 em 2016. A grande maioria delas, aproximadamente 91%, nas regiões Sul e Sudeste. O fato do Sul do País ser uma região de colonização alemã, faz com que exista uma predisposição maior dos cidadãos de gostar de cervejas diferentes.

Em Curitiba estão localizadas muitas das marcas mais reconhecidas e premiadas, como *Morada Cia. Etllica*, *Bodebrown*, *Way Beer*, *Swamp* e *BierHoff*. A cidade chegou a ser intitulada como a capital da cerveja artesanal no Brasil, ainda que não seja a capital brasileira com maior número micro cervejarias, atrás apenas de São Paulo.

O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) mencionou, em pesquisa realizada em novembro de 2013, que a cerveja é a bebida preferida dos

brasileiros para comemorações. Enquanto a classe C procura as grandes marcas, as classes A e B têm buscado produtos diferenciados, que proporcionem experiência na degustação. A diferenciação é um atributo fortemente explorado nas cervejas artesanais.

É importante ressaltar que a cerveja e o chope são o mesmo produto, apenas se diferenciam pela forma e envasamento. No caso das cervejarias curitibanas, a grande maioria dos rótulos de cerveja que elas produzem também são vendidos na forma de chope em barris de 30 ou 50 litros. Portanto a ascensão do mercado de cervejas artesanais também representa uma oportunidade de negócio para o empreendimento estudado nesse projeto.

1.2 OBJETIVOS

A seguir serão apresentados os objetivos desse projeto de viabilidade econômico-financeira.

1.2.1 Objetivos gerais

Este projeto tem como objetivo apresentar estudos e análise de viabilidade econômica para a implantação de uma choperia localizada na Rua Marquês do Paraná, número 1269, no bairro Água Verde, no município de Curitiba, no Paraná. A choperia vai servir chopes artesanais de qualidade das principais marcas de cervejas paranaenses.

1.2.2 Objetivos específicos

- Avaliar o novo empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, jurídico e organizacional;
- Avaliar a viabilização do empreendimento ao longo de sua implantação para cada um dos aspectos definidos no plano de negócio;
- Fazer uma análise dos riscos do empreendimento levando-se variações do mercado consumidor, controles governamentais, restrições municipais à atividade e concorrência.

1.3. JUSTIFICATIVA

Visto o crescente aumento do potencial de mercado de bares/choperias, onde agregar valor ao produto, inovando com criatividade, é o diferencial, foi constatada uma oportunidade de negócio que deve ser analisada para se comprovar ou não a viabilidade desse tipo de empreendimento em um mercado crescente com alto poder de consumo que representa o bairro Água Verde e imediações, na cidade de Curitiba.

1.4. PROBLEMA DE PESQUISA

O problema abordado nesse trabalho está relacionado à elaboração de um plano de negócios para uma choperia em Curitiba. Para qualquer projeto no mercado gastronômico podem-se listar cinco principais tipos de pesquisas necessários para viabilizar um projeto: análise do consumidor, pesquisa de recursos, pesquisa do produto, análise de mercado e pesquisa da concorrência. Essas pesquisas são necessárias para desenvolver novos conceitos, identificar preferências as preferências dos consumidores e realizar inovações e modificações no empreendimento que sejam percebidas positivamente pelos clientes. Vários são os fatores que o segmento de bares e restaurantes enfrenta para se manter competitivo no mercado.

O modo de vida da população está passando por profundas mudanças, os consumidores veem se tornam mais exigentes. Essas mudanças demandam dos bares e restaurantes algumas adaptações rápidas para se encaixarem nesta nova realidade.

A acirrada concorrência neste segmento de atuação exige dos pequenos empreendedores uma visão mais ampla do seu negócio bem como, estruturá-lo antes de sua implementação, com o objetivo de identificar tendências futuras e antecipá-las, de modo a se tornar competitivo no mercado.

Desta forma, este trabalho pretende responder a seguinte questão: É viável e lucrativo abrir um empreendimento para venda de chopes artesanais no bairro Água Verde em Curitiba?

2. ASPECTOS LEGAIS

Serão apresentadas a seguir as características legais da empresa, englobando a sua descrição legal, o setor de atividade em que ela irá operar, a sua forma jurídica e algumas exigências legais que o empreendimento deverá seguir.

2.1. DESCRIÇÃO LEGAL

A empresa será registrada na receita federal que passará sob consulta e geração do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica) durante o cadastro da empresa, onde constará a data de abertura; nome empresarial (razão social) “Choperia Solana Star Ltda” e nome fantasia, “Solana Star”; código e descrição da atividade econômica principal e secundárias (CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas); código e descrição da natureza jurídica; endereço, Rua Marquês do Paraná número 1269; e situação cadastral.

2.2. SETOR DE ATIVIDADE

O setor de atividade que o empreendimento abrangerá será o de comércio. Conforme Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) – Subclasses (2009), a avaliação em que se dá o enquadramento do empreendimento, pela descrição da atividade (restaurante) está sob a subclasse do código 5611-2/02, “bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas; (CONCLA – Comissão Nacional de Classificação, 2009).

2.3. DOMICILIO EMPRESARIAL

O empreendimento ficará localizado na rua Marquês do Paraná, número 1269, no bairro Água Verde, no município de Curitiba, no Paraná.

2.4. FORMA JURIDICA

O empreendimento será enquadrado como empresa de pequeno porte (EPP), e como tal estará habilitada a aderir ao sistema SIMPLES nacional. O Sistema

Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples) é um regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido, aplicável às pessoas jurídicas consideradas como microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), nos termos definidos na Lei no 9.317, de 1996, e alterações posteriores, estabelecido em cumprimento ao que determina o disposto no art. 179 da Constituição Federal de 1988. Constitui-se em uma forma simplificada e unificada de recolhimento de tributos, por meio da aplicação de 36 percentuais favorecidos e progressivos, incidentes sobre uma única base de cálculo, a receita bruta. Para se enquadrar neste sistema de imposto, a empresa deve ter uma receita bruta nos últimos 12 meses entre R\$120.000,00 (Cento e vinte mil reais) e R\$3.600.000,00 (Três milhões e seiscentos mil reais). Sua alíquota irá variar de acordo com seu faturamento, e está detalhada na tabela a seguir.

TABELA 1 – PARTILHA DO SIMPLES NACIONAL – COMÉRCIO

Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	Alíquota	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ICMS
Até 180.000,00	4,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,75%	1,25%
De 180.000,01 a 360.000,00	5,47%	0,00%	0,00%	0,86%	0,00%	2,75%	1,86%
De 360.000,01 a 540.000,00	6,84%	0,27%	0,31%	0,95%	0,23%	2,75%	2,33%
De 540.000,01 a 720.000,00	7,54%	0,35%	0,35%	1,04%	0,25%	2,99%	2,56%
De 720.000,01 a 900.000,00	7,60%	0,35%	0,35%	1,05%	0,25%	3,02%	2,58%
De 900.000,01 a 1.080.000,00	8,28%	0,38%	0,38%	1,15%	0,27%	3,28%	2,82%
De 1.080.000,01 a 1.260.000,00	8,36%	0,39%	0,39%	1,16%	0,28%	3,30%	2,84%
De 1.260.000,01 a 1.440.000,00	8,45%	0,39%	0,39%	1,17%	0,28%	3,35%	2,87%
De 1.440.000,01 a 1.620.000,00	9,03%	0,42%	0,42%	1,25%	0,30%	3,57%	3,07%
De 1.620.000,01 a 1.800.000,00	9,12%	0,43%	0,43%	1,26%	0,30%	3,60%	3,10%
De 1.800.000,01 a 1.980.000,00	9,95%	0,46%	0,46%	1,38%	0,33%	3,94%	3,38%
De 1.980.000,01 a 2.160.000,00	10,04%	0,46%	0,46%	1,39%	0,33%	3,99%	3,41%
De 2.160.000,01 a 2.340.000,00	10,13%	0,47%	0,47%	1,40%	0,33%	4,01%	3,45%
De 2.340.000,01 a 2.520.000,00	10,23%	0,47%	0,47%	1,42%	0,34%	4,05%	3,48%
De 2.520.000,01 a 2.700.000,00	10,32%	0,48%	0,48%	1,43%	0,34%	4,08%	3,51%
De 2.700.000,01 a 2.880.000,00	11,23%	0,52%	0,52%	1,56%	0,37%	4,44%	3,82%
De 2.880.000,01 a 3.060.000,00	11,32%	0,52%	0,52%	1,57%	0,37%	4,49%	3,85%
De 3.060.000,01 a 3.240.000,00	11,42%	0,53%	0,53%	1,58%	0,38%	4,52%	3,88%
De 3.240.000,01 a 3.420.000,00	11,51%	0,53%	0,53%	1,60%	0,38%	4,56%	3,91%
De 3.420.000,01 a 3.600.000,00	11,61%	0,54%	0,54%	1,60%	0,38%	4,60%	3,95%

FONTE: Contabilizei (2017)

A (TABELA 1) mostra a variação da alíquota do SIMPLES de acordo com o faturamento da empresa, e como está alíquota engloba as alíquotas de IRPJ (Imposto de renda Pessoa Jurídica), CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido), COFINS (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social), PIS/PASEP (Programa de Integração Social), INSS (Instituto Nacional de Seguridade Social) e ICMS (Imposto sobre Operações relativas à Circulação de

Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação). A inscrição no SIMPLES, dispensa ainda, a pessoa jurídica do pagamento das contribuições instituídas pela União, bem como as relativas ao salário-educação e à Contribuição Sindical Patronal.

Já sua composição constituirá sociedade civil por quotas de responsabilidade limitada, composta por dois sócios com quotas de igual número de valor. Ficou estipulado que cada sócio irá investir R\$ 50.000,00 na empresa, portanto o saldo inicial da empresa será de R\$ 100.000,00. Esse montante será utilizado nos investimentos iniciais com infraestrutura, equipamentos, estoques e capital de giro.

2.5. EXIGÊNCIAS LEGAIS E ESPECÍFICAS

Para registro e legalização da empresa, é preciso elaboração de vários documentos em diferentes órgãos do governo, é necessário realizar alguns registros junto aos órgãos responsáveis:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual da Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada ao recolhimento anual da Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Vistoria do Corpo de Bombeiros Militar;
- Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar a sua empresa para fazer a consulta de local.

Todo o controle da produção, distribuição e comercialização de bebidas, alcoólicas e não alcoólicas, está sob a supervisão do Ministério da Agricultura, tomando por base a legislação de alimentos. Dentre os normativos mais importantes destacam-se:

- Lei nº. 8.918, de 14.07.94. Dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, autoriza a criação da Comissão Intersetorial de Bebidas e dá outras providências.

- Decreto nº 2.314, de 04.09.97, Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.
- Lei nº. 9.294, de 2 de julho de 1996. Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumigantes, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.
- Lei nº. 11.705, de 19 junho de 2008. Altera a Lei no 9.503, de 23 de setembro de 1997, que 'institui o Código de Trânsito Brasileiro', e a Lei no 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos relacionados ao fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal, para inibir o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências.
- Instrução Normativa nº19, de 15 de dezembro de 2003. Aprova as Normas sobre os Requisitos, Critérios e procedimentos para o Registro de Estabelecimento, Bebida e fermentado Acético e Expedição dos Respetivos Certificados.
- Se houver execução musical deve-se atentar para a lei 9610/98. É de responsabilidade do ECAD – Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, a arrecadação de direitos autorais pela execução pública de músicas nacionais e estrangeiras.
- A lei 8.069 de 13/07/90 dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente. No artigo 81 estabelece a proibição da venda de bebidas alcoólicas à criança ou adolescente.
- Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº. 8.078, em 11 de setembro de 1990, com o objetivo de regular a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca do reequilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor. As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo CDC.
- Vigilância Sanitária, a Legislação das Boas Práticas para Serviços de Alimentação define os procedimentos que devem ser adotados para garantir as condições sanitárias e de higiene na manipulação de alimentos e constam na Resolução de Diretoria Colegiada - RDC 216 da ANVISA – Agência Nacional de Vigilância

Sanitária, de 15 de setembro de 2004. É recomendável também a leitura da Cartilha da ANVISA sobre Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Outras Resoluções ANVISA sobre o tema são:

- Resolução nº278, de 22 de setembro de 2005. Aprova as categorias de Alimentos e Embalagens Dispensados e com Obrigatoriedade de Registro.
- Resolução RDC nº. 360, de 23 de dezembro de 2003. Aprova o Regulamento Técnico sobre Rotulagem Nutricional de Alimentos Embalados, tornando obrigatória a rotulagem nutricional.
- Resolução RDC nº. 259, de 20 de setembro de 2002. Aprova o Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados.
- Resolução RDC nº3, de 02 de janeiro de 2001. Aprova o Regulamento Técnico que aprova o uso de Aditivos Edulcorantes, estabelecendo seus Limites Máximos para os Alimentos.
- Resolução nº. 23, de 15 de março de 2000. Dispõe sobre o Manual de Procedimentos Básicos para Registro e Dispensa da Obrigatoriedade de Registro de Produtos Pertinentes à Área de Alimentos.

3. LOCALIZAÇÃO

O estabelecimento será localizado na Rua Marquês do Paraná, número 1269, no bairro Água Verde em Curitiba. A escolha deste local foi feita porque o imóvel pertence à família do proprietário do empreendimento. Por isso o valor pago de aluguel será abaixo do preço de mercado para região, possibilitando uma redução dos custos do projeto.

3.1 INFRAESTRUTURA

O espaço de 155,25m² (13,5mx11,5m), destinados ao empreendimento, comportara cerca de 60 clientes sentados. A estrutura do bar será toda construída de maneira a realçar o aspecto visual do bar, uma das principais bandeiras do estabelecimento, garantindo total conforto aos clientes. A planta baixa do estabelecimento ainda está sujeita a mudanças até sua aprovação pela Câmara Municipal e pelo corpo de bombeiros.

4. ESTUDO DE MERCADO

No estudo de mercado será apresentado quem são os potenciais clientes e quais são as suas características, como a demanda será segmentada, quem são os potenciais concorrentes e as características dos concorrentes e fornecedores do empreendimento.

4.1. POTENCIAIS CLIENTES

O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) mencionou, em pesquisa realizada em novembro de 2013, que a cerveja é a bebida preferida dos brasileiros para comemorações. Enquanto a classe C procura as grandes marcas, as classes A e B têm buscado produtos diferenciados, que proporcionem experiência na degustação. A diferenciação é um atributo fortemente explorado nas cervejas artesanais

O público da região do bairro Água verde é formado principalmente por pessoas das classes A e B. São pessoas de um nível sociocultural e econômico maior que os padrões nacionais, possuem renda superior a 3 salários mínimos. Na sua maioria jovens e adultos, na faixa etária entre 20 e 44 anos, de ambos os sexos. Pessoas que tem o hábito de frequentar bares e restaurantes nos finais de semana, e durante a semana após o trabalho, nos chamados “happy-hours”, e consomem cervejas e chopes artesanais.

Esse público busca um serviço diferenciado com atendimento de qualidade, assim como um ambiente hospitaleiro e aconchegante, que permita a desvinculação do seu ambiente inóspito de trabalho, por muitas vezes estressante e cheio de pressão. Ele quer um local onde possa se desconstruir e aproveitar, um espaço de lazer, ideal para conversar com amigos. Mas principalmente, conforme mencionado na pesquisa do IBOPE, estes clientes buscam chopes artesanais de qualidade superior, com sabores e aromas diferenciados.

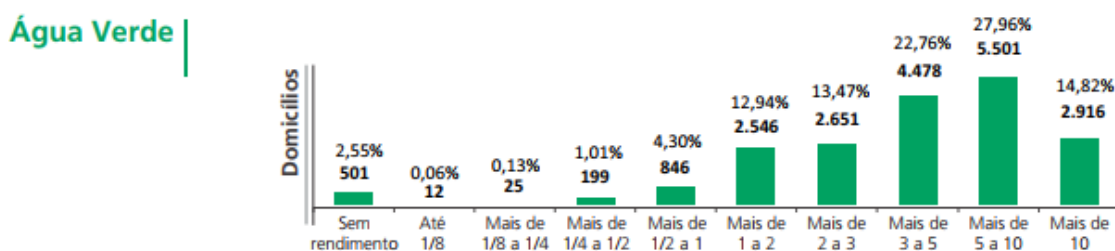
Para atender a esse público restrito e exigente, é necessário um espaço amplo e acolhedor acompanhado de um bom chope artesanal gelado. Portanto, se

faz necessário trabalhar com chopos artesanais selecionados com qualidade superior.

4.2. ANÁLISE E SEGMENTAÇÃO DA DEMANDA

A choperia tem como objetivo atender uma demanda específica, de jovens e adultos pertencentes à classe econômica média e alta do bairro Água Verde em Curitiba. O bairro possui mais de 50 mil habitantes (segundo o censo demográfico de 2010 do IBGE), na sua maioria jovens adultos com idade entre os 20 e 35 anos. Pessoas com hábitos e estilos de vida sofisticados, pois a população do bairro é formada basicamente por pessoas de poder aquisitivo médio e alto.

GRÁFICO 1 – ANÁLISE DE DISTRIBUIÇÃO DE RENDA DO BAIRRO ÁGUA VERDE EM 2010



FONTE: IBGE; Censos Demográfico 2010, Elaboração IPPUC; Setores de Monitorações de dados.
(2012)

Esses dados foram utilizados para estimar a demanda, adotando a população do bairro sendo igual a 50 mil, e assumindo que 42,78 % dessa população tem renda igual ou superior a 5 salários mínimos, a estimativa fica em cerca de 21.390 pessoas.

GRÁFICO 2 – PIRÂMIDE ETÁRIA DO BAIRRO ÁGUA VERDE EM 2010



FONTE: IBGE; Censos Demográfico 2010, Elaboração IPPUC; Setores de Monitorações de dados.
(2012).

Sendo que 41,44% tem idade entre 20 e 44 anos, a estimativa se reduz para cerca de 8.864 pessoas de ambos os sexos. Uma pesquisa, feita pelo Instituto Ipsos Marplan aponta que frequentar bares e cervejarias faz parte do hábito de 34% dos curitibanos, logo serão 3014 potenciais clientes. Dividindo esse mercado com os cinco concorrentes que serão analisados a seguir, temos 502 pessoas. De acordo com o Anuário 2015 da Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CervBrasil), um estudo Kirin Beer University apontou que o brasileiro está entre os vinte maiores consumidores cerveja no mundo, com consumo anual de 62 litros. Se dividido pelos 12 meses do ano, o brasileiro consome 5 litros por mês. Portanto estima-se que será consumido cerca de 2500 litros de cerveja por mês na choperia. Para manter a segurança e a viabilidade do projeto será usada uma demanda de 2000 litros de chope por mês.

4.3. ANÁLISE DO MERCADO

Uma análise do mercado permitirá mostrar em que situação o empreendimento será implementado, relacionando os fatores externos com os processos do negócio. Nesta análise será levado em conta todos os dados relevantes sobre o mercado, da empresa e dos produtos e serviços.

A Hamburgueria Água Verde fica localizada na Avenida dos Estados, número 630. Não possui muitas opções de chopes artesanais, apenas um pilsen, um Red Ale e um IPA. Possui cerca de 120 lugares. Parece que o foco do local está na venda de hambúrgueres e lanches e não nos chopes artesanais. Ainda assim é um concorrente direto por ser muito próximo ao empreendimento estudado.

O Império Cervejeiro fica na Avenida República Argentina, número 1531. O local vende uma grande variedade de cervejas e alguns chopes artesanais. Fica em um ponto onde existe grande fluxo de pessoas. O foco do empreendimento está na venda de cervejas engarrafadas, até porque possui pouco espaço para servir.

O Empório Aufenhaus fica localizado na Rua Dom Pedro I, número 643. Serve cinco tipos de chopes e diversos rótulos de cerveja, também oferece hambúrgueres e algumas porções. A estrutura do local é antiga, uma casa de madeira, e possui cerca de 15 lugares.

A Mercearia Cervejeira fica na Rua Castro, número 558. O ambiente é pequeno, porém moderno e acolhedor. Serve diversos tipos de cervejas, e três variedades de chopes.

Após o estudo dos potenciais concorrentes, conclui-se que o mercado de chopes artesanais na região do Água Verde ainda é pouco explorado, portanto um novo empreendimento do tipo na região é viável. Os moradores do bairro têm exatamente o perfil do consumidor que o empreendimento pretende atingir

4.4. ESCOLHA DOS PRODUTOS E FORNECEDORES

Existem diversas opções de chopes a venda no mercado, principalmente na região de Curitiba. Como a proposta da choperia é servir chopes de qualidade, foram selecionados oito chopes premiados pela crítica do mercado de cervejas artesanais. A seguir estão os resumos das avaliações do *Clube do Malte* e do site *Brejas* a respeito de cada um dos chopes selecionados.

O chope “*Cacau IPA*” da cervejaria *Bodebrown* é do tipo American IPA, feito em colaboração entre *Bodebrown* e a cervejaria norte-americana *Stone Brewing®* da Califórnia, foi selecionado porque é um chope forte, com teor alcoólico de 6,1%. Ele possui aromas que remetem ao chocolate proveniente das adições de cacau em formato “nibs” durante fervura e maturação. No sabor, encontramos um balanço entre o maltado com caramelo além do médio amargor presente através dos lúpulos.

Já foi premiado com a medalha de ouro no “Mondial de la Bière” no Rio de Janeiro em 2013.

O chope “*Perigosa baby*” da *Bodebrown* é leve, refrescante e leva bastante lúpulo. O seu teor alcoólico de 3,4%, é um chope do tipo Session IPA. Em sua primeira competição levou medalha de Ouro e foi eleito a melhor Session IPA do Brasil no festival brasileiro de cerveja 2016. Ele tem sabores cítricos e frutados, notas suaves de limão e mamão papaia e com generosas doses do lúpulo.

O “*Avelã Porter*” da *Way Beer* é um chope do tipo Porter com adição de avelã. Com teor alcoólico de 5,6%, é resultado da colaboração entre a *Way Beer* e a *Beervania*. É uma cerveja com cor marrom escuro e exibe reflexos avermelhados. Os aromas maltados do chocolate, avelã e caramelos são facilmente percebidos. Com sabor levemente amargo e adocicado de avelã com café e malte torrados.

O chope “*American Pale Ale*” da *Way beer* é do tipo APA. Um dos pioneiros no Brasil, que conquistou seu espaço assim que foi lançado. Com teor alcoólico de 5,2% é extremamente balanceado, é possível perceber as notas dos maltes especiais como toffe, biscoito e caramelo em baixo nível, dando suporte aos lúpulos americanos que dão sabor cítrico e amargor pronunciado para esta receita. Os lúpulos utilizados são bastante conhecidos dos “Hop Lovers” Cascade, Citra e Amarillo, também é feito um dry-hop para garantir aromas vivos. Ainda que os dois chopes da *Way Beer* não tenham sido premiados, a cervejaria foi eleita a melhor cervejaria do Brasil em 2014 pelo site americano Rate Beer.

A “*IPA Hop Bite*” da cervejaria *Swamp*, é um chope do tipo American IPA com teor alcoólico de 6,6%. Com uma coloração alaranjada, bastante nebulosa, com um creme branco de boa formação e persistência. Tem um aroma intenso com notas cítrica e algo de maracujá. O sabor tem uma base de malte que abre para notas de lúpulos e sabores cítricos e trufados. Final bastante amargo com lúpulos limpos e alguma resina. O chope levou medalha de ouro na categoria American IPA do Festival Brasileiro da Cerveja de 2016.

O “*Pilz um Balls*” da *Swamp* é um chope do tipo India Pale Lager. Seu teor alcoólico é de 5,6 %. A coloração é dourada intensa, levemente nebuloso e com um creme branco de média formação e baixa persistência. O sabor leve dá ainda mais espaço aos lúpulos que sobre uma discreta base de malte dominam com notas herbais e cítricas. Final seco e bastante amargo com uma resina do lúpulo aparente.

O “*Double Vienna*” da *Morada* é um chope do tipo Vienna Lage com teor alcoólico de 7,6%. Possui um bom toque lúpulos para contrastar com a doçura dos maltes. Essa cerveja recebeu a medalha de ouro (na categoria American Style- Amber Lager) no I Concurso Brasileiro de cervejas, realizado durante o Festival brasileiro de cerveja, no mês de março de 2017 em Blumenau.

O chope “*Hop Arábica*” da *Morada*, junta duas paixões dos brasileiros: cerveja e café. Trata-se de um chope do tipo Blond Ale com adição de café especial, cultivado na Serra da Mantiqueira, Minas Gerais, resultando em uma cerveja clara, leve e refrescante, mas com marcante presença do café no aroma e no paladar. Seu teor alcoólico é de 5,0%. É fruto da parceria da *Morada* com o *Lucca Cafés Especiais* de Curitiba, o chope possui aromas e sabores frutados, cítricos e florais, em sintonia com a acidez e notas de rapadura do café. A cerveja ficou na segunda posição no ranking da Forbes das 30 melhores cervejas artesanais ofertadas no Brasil.

Esses foram os chopes escolhidos para iniciar as vendas na choperia por serem chopes premiados e reconhecidos pelos apreciadores dos chopes artesanais em Curitiba. Mas nada impede que sejam substituídos por outros rótulos no decorrer do projeto.

4.5. ESTUDO DOS FORNECEDORES

Quase todos os chopes escolhidos são vendidos e distribuídos pelas suas próprias cervejarias. Apenas os chopes da *Morada Cia Etílica* são distribuídos pela *Beer Company*. A seguir está a localização de cada uma dos fornecedores.

A distribuidora *Beer Company* fica localizada na Rua Antônio Escorsin, número 3231 no bairro São Braz em Curitiba. A *BodeBrown* fica na Rua Carlos Laet, número 1015 no bairro Hauer em Curitiba. A *Way Beer* está no endereço Rua Pérola, 331 em Pinhais, região metropolitana de Curitiba. Já a *Swamp* fica na Rua William Booth, 3015 no bairro Boqueirão em Curitiba.

Todos os chopes são entregues diariamente, e sem custos, no bairro Água Verde em Curitiba. Portanto não é necessário fazer estoque do produto por mais que dois dias.

5. PLANO FINANCEIRO

Esta seção do plano de negócios volta-se para os aspectos econômicos e financeiros do projeto, analisando a quantidade de recursos necessários para o investimento inicial, as projeções de receitas e despesas, assim como a avaliação geral do investimento a partir dos critérios estabelecidos.

5.1 INVESTIMENTOS

Os investimentos necessários para abrir a choperia serão divididos entre investimentos fixos, pré-operacionais e financeiros (Capital de giro).

Os investimentos fixos necessários para a abertura da choperia estão listados a seguir. Compra de mobiliário: mesas, cadeiras, banquetas para o bar e todos os outros móveis do bar feitos sob medida. A estrutura referente as chopeiras e seus acessórios, assim como um balcão refrigerado que será instalado em baixo das chopeiras para manter os barris de chope gelados. As máquinas e equipamentos necessários para o funcionamento: telefone, máquina registradora, lava copos, computador e outros acessórios. Também entram as maquinas necessárias para garantir o lazer e o bem-estar dos clientes, como televisões e ar-condicionado. A tabela a seguir contém todos os investimentos fixos necessários para equipar o imóvel para implementação da choperia.

TABELA 2 – INVESTIMENTO FIXO

Tipos de Investimento		Preço Unitário	Quantidade	Valor
Mobiliário	Conjunto Mesa e cadeira	R\$ 260,00	16	R\$ 4.160,00
	Banqueta Bar	R\$ 180,00	6	R\$ 1.080,00
	Móveis sob Medida	R\$ 12.000,00	1	R\$ 12.000,00
	SubTotal 1			R\$ 17.240,00
Maquinas e Equipamentos	Chopeiras elétricas	R\$ 775,00	8	R\$ 6.200,00
	Balcão refrigerado	R\$ 3.500,00	1	R\$ 3.500,00
	Cilindro de CO2 (6kg)	R\$ 280,00	3	R\$ 840,00
	Caixa de som	R\$ 700,00	1	R\$ 700,00
	Ar condicionado grande	R\$ 6.500,00	1	R\$ 6.500,00
	Telefone	R\$ 100,00	1	R\$ 100,00

Continua.

	Caixa Registradora	R\$ 300,00	1	R\$ 300,00
	Televisão 49" 4k	R\$ 2.500,00	1	R\$ 2.500,00
	Lava copos manual	R\$ 50,00	1	R\$ 50,00
	Computador e acessórios	R\$ 3.000,00	1	R\$ 3.000,00
	Máquina de cartão	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
	SubTotal 2			R\$ 24.190,00
TOTAL INVESTIMENTOS FIXOS				R\$ 41.430,00

FONTE: Elaboração própria a partir de pesquisa de preços dos equipamentos. (2017)

Os investimentos pré-operacionais compreendem todos os gastos realizados até o início das atividades da empresa. No caso da choperia estão os investimentos com os copos e louças que serão utilizados para servir, todos equipamentos e produtos de higiene e limpeza, os uniformes, gastos com comunicação e publicidade, gastos com decoração e reformas no imóvel, todas as taxas necessárias para abertura do empreendimento e outras despesas adicionais

TABELA 3 – INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

		Preço Unitário	Quantidade	Valor
Louças	Copos de Chopp 300ml	R\$ 6,00	100	R\$ 600,00
	Copos de Chopp 500ml	R\$ 11,00	100	R\$ 1.100,00
	SubTotal 1			R\$ 1.700,00
Higiene e Limpeza	Saboneteiras	R\$ 25,00	4	R\$ 100,00
	Toalheiros	R\$ 60,00	4	R\$ 240,00
	Porta papel higiênico	R\$ 22,00	2	R\$ 44,00
	Cestos de lixo médios	R\$ 23,00	4	R\$ 92,00
	Cestos de lixos grande	R\$ 31,00	4	R\$ 124,00
	Rodo	R\$ 30,00	2	R\$ 60,00
	Balde	R\$ 7,00	2	R\$ 14,00
	Balde Esfregão	R\$ 80,00	1	R\$ 80,00
	Vassoura	R\$ 10,00	2	R\$ 20,00
	Produtos de higiene	R\$ 400,00	1	R\$ 400,00
	SubTotal 2			R\$ 1.174,00
Uniformes	Camisetas	R\$ 35,00	10	R\$ 350,00
	Bonés	R\$ 25,00	10	R\$ 250,00
	SubTotal 3			R\$ 600,00
Comunicação e Publicidade	Criação de Marca	R\$ 1.500,00	1	R\$ 1.500,00
	Fachada	R\$ 1.000,00	1	R\$ 1.000,00

Continua.

Decoração, reformas e manutenções	Flayers e cardápios	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
	Porta copos	R\$ 0,28	1000	R\$ 280,00
	SubTotal 4			R\$ 3.280,00
	Reformas	R\$ 1.500,00	1	R\$ 1.500,00
	Lâmpadas	R\$ 25,00	30	R\$ 750,00
	Decorações	R\$ 1.500,00	1	R\$ 1.500,00
	SubTotal 7			R\$ 3.750,00
Outros investimentos pré- operacionais	Alvarás e Taxas diversas	R\$ 2.590,00	1	R\$ 2.590,00
	Software	R\$ 350,00	1	R\$ 350,00
	Imprevistos	R\$ 1.000,00	1	R\$ 1.000,00
	SubTotal 5			R\$ 3.940,00
TOTAL INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS				R\$ 14.444,00

FONTE: Elaboração própria a partir de pesquisa de preços dos equipamentos. (2017)

O investimento financeiro, ou o capital de giro da empresa, é o montante necessário para funcionamento da empresa, ele é composto pelos investimentos em caixa, em estoque e no pagamento das despesas. Para determinar o capital de giro é necessário estimar os investimentos em estoque iniciais e o caixa mínimo da empresa.

O caixa mínimo é a reserva inicial de caixa que a empresa precisa manter para cobrir seus gastos até que as vendas realizadas entrem no caixa. Primeiro é preciso determinar a necessidade líquida de capital de giro em dias, para isso é necessário o prazo médio de estocagem, que no caso da choperia será de 2 dias. Também é necessário o prazo médio de vendas (contas a receber), no caso da choperia estima-se que as vendas serão recebidas 30% no débito ou à vista e 70% no crédito. Por fim precisamos do prazo médio de compras (pagamentos dos fornecedores) que serão feitos à vista.

TABELA 4 – NECESSIDADE LIQUÍDA DO CAPITAL DE GIRO EM DIAS

1º Passo: Contas a receber - Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	% de Vendas	Número de dias	Média Ponderada em dias
Débito ou a vista	30%	1	0,3
Crédito	70%	30	21
Prazo médio de vendas (Dias)	100%		21,3

2º Passo: Contas a pagar - Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	% de compras	Número de dias	Média Ponderada em dias
A vista	100%	1	0,01
Prazo médio de compras	100%		0,01

3º Passo: Estoques - Estimativa do prazo médio de estoque

Estimativa do prazo médio de estoque	Número de dias:	2
---	------------------------	----------

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Necessidade líquida de capital de giro em dias	Número de dias:	23,29
---	------------------------	--------------

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

Portanto, a necessidade líquida do capital de giro é de 23,29 dias, para o projeto vamos assumir como 24 dias. Agora para calcularmos o caixa mínimo, multiplicamos a necessidade líquida do capital de giro em dias pelo custo total diário da choperia. Para obter o custo total diário dividimos os custos fixos da empresa por 30 dias no mês.

TABELA 5 – CUSTO TOTAL DIÁRIO

Custos Fixos		
Aluguel	R\$	3.000,00
Custos da mão de obra	R\$	12.887,48
Energia elétrica	R\$	2.000,00
Contabilidade	R\$	150,00
Água	R\$	1.000,00
Materiais de higiene e limpeza	R\$	300,00
Depreciação	R\$	345,25
Pró-labore	R\$	2.000,00
Compras de materiais	R\$	500,00
Marketing	R\$	300,00
Total dos Custos Fixos	R\$	22.482,73
Custo total diário	R\$	749,42

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

Com o custo total diário e a necessidade líquida do capital de giro em dias é possível calcular o caixa mínimo da empresa. O caixa mínimo será de R\$ 17.986,18. Somando esse montante com os valores dos estoques iniciais têm-se a necessidade do capital de giro para o empreendimento. Nos estoques iniciais foram considerados os valores de compra de 2 barris de 30 litros de cada chope, 50 garrafas de água e 18 kg de gás CO₂.

TABELA 6 – NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO

Necessidade de Capital de giro	Valor
Caixa Mínimo	R\$ 17.986,18
Estoque inicial de chopes	R\$ 8.190,00
Estoque inicial de água	R\$ 50,00
Estoque inicial de CO2	R\$ 180,00
NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO	R\$ 26.406,18

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

Com o valor do capital de giro é possível concluir o cálculo dos investimentos necessários para a abertura da choperia.

TABELA 7 – TOTAL DOS INVESTIMENTOS

Investimentos	Valor
Investimentos Fixos	R\$ 41.430,00
Investimentos pré operacionais	R\$ 14.444,00
Necessidade de capital de giro	R\$ 26.406,18
TOTAL INVESTIMENTOS	R\$ 82.280,18

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

Ainda que, após esses cálculos, o valor total necessário de investimentos seja de R\$ 82.280,18, os sócios concordaram em manter o investimento inicial acordado por eles de R\$ 50.000,00 cada, portanto o valor do investimento utilizado no fluxo de caixa e nos cálculos dos indicadores de viabilidade será de R\$ 100.000,00.

5.2. PROJEÇÃO DE RECEITAS

Para determinar o faturamento mensal total, foi levada em conta a estimativa de demanda de 2000 litros de chopes, e a estimativa de venda de 150 garrafas de água. A demanda de 2000 litros de chope por mês, foi dividida em 250 litros para cada tipo de chope, esse ainda foram divididos em 385 copos de 500ml, 165 copos de 300ml e 8 litros (“para viagem”) de cada tipo de chope. A (TABELA 8) mostra a projeção de faturamento mensal do empreendimento, o preço de cada chope foi determinado com base nos seus preços médios de mercado.

TABELA 8 – RECEITA BRUTA MENSAL

RECEITA DE VENDAS							
Chope	Vendas Mês			Preços			Receita
	Copos	Copos	Litro	Copo	Copo	Litro	
	500ml	300ml		500ml	300ml		
Cacau Ipa	385	165	8	R\$ 20,00	R\$ 15,00	R\$ 35,00	R\$ 10.455,00
Perigosa Baby	385	165	8	R\$ 20,00	R\$ 15,00	R\$ 35,00	R\$ 10.455,00
Avelã Porter	385	165	8	R\$ 18,00	R\$ 13,00	R\$ 31,00	R\$ 9.323,00
American Pale Ale	385	165	8	R\$ 16,00	R\$ 12,00	R\$ 28,00	R\$ 8.364,00
Pilz my Balls	385	165	8	R\$ 15,00	R\$ 10,00	R\$ 26,00	R\$ 7.633,00
Ipa Hop Bite	385	165	8	R\$ 18,00	R\$ 13,00	R\$ 31,00	R\$ 9.323,00
Double Vienna	385	165	8	R\$ 16,00	R\$ 12,00	R\$ 28,00	R\$ 8.364,00
Hop Arábica	385	165	8	R\$ 18,00	R\$ 13,00	R\$ 31,00	R\$ 9.323,00
Total	3080	1320	64	TOTAL DE VENDAS			R\$ 73.240,00
Total de Litros Vendidos	2000						
Outros	Garrafa 500ml			Preços			Receita
Água	150				R\$ 4,00		R\$ 600,00
Total	150			TOTAL DE VENDAS			R\$ 600,00
RECEITA BRUTA MENSAL							R\$ 73.840,00

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

5.3 ESTIMATIVAS DE CUSTOS

Os custos do empreendimento são basicamente formados pelos custos de produção, custos de mão de obra e custos fixos operacionais.

5.3.1 Custos com materiais diretos

Os custos com materiais diretos representam o principal custo de produção da choperia. A tabela a seguir serão demonstrados quais são e de onde vêm os valores dos estoques iniciais de produtos, já mencionados no capital de giro. A tabela a seguir demonstra os custos unitários de cada item e a quantidade que será necessária de cada produto para um mês. A demanda, estipulada anteriormente, de 2000 litros de chope por mês, foi dividida em 250 litros para cada tipo de chope. Para servir os chopes também é necessário gás CO₂, é necessário 1 kg de CO₂ servir aproximadamente de 120 litros de chope.

TABELA 9 – CUSTOS COM MATERIAIS DIRETOS

Material direto	Quantidade	Preço	Custo Total
Litro Chope Bodebrown (Cacau Ipa)	250	R\$ 21,00	R\$ 5.250,00
Litro Chope Bodebrown (Perigosa Baby)	250	R\$ 21,00	R\$ 5.250,00
Litro Chope Way (Avelã Porter)	250	R\$ 16,20	R\$ 4.050,00
Litro Chope Way (American Pale Ale)	250	R\$ 15,30	R\$ 3.825,00
Litro Chope Swamp (Pils my Balls)	250	R\$ 15,25	R\$ 3.812,50
Litro Chope Swamp (Ipa Hop Bite)	250	R\$ 16,75	R\$ 4.187,50
Litro Chope Morada Cia Etílica (Double Vienna)	250	R\$ 15,00	R\$ 3.750,00
Litro Chope Morada Cia Etílica (Hop Árábica)	250	R\$ 16,00	R\$ 4.000,00
Garrafa de Água	150	R\$ 1,00	R\$ 150,00
CO2 (KG)	18	R\$ 10,00	R\$ 180,00
Total			R\$ 34.455,00

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

5.3.2 Custos da mão de obra

A (TABELA 10) mostra toda a estrutura de pessoal necessária. Será necessária a contratação dos seguintes funcionários: dois balconistas, um caixa e um funcionário de serviços gerais (limpeza do estabelecimento). Não se pode deixar de citar que os proprietários também trabalharão no estabelecimento, mas receberão na forma de pró-labore.

No custo total da mão de obra estão sendo considerados os salários e todos os encargos decorrentes da folha de pagamento, como impostos a recolher, vale transporte, vale alimentação e 13º salário.

TABELA 10 – CUSTO MENSAL DA MÃO DE OBRA

Função	Quantidade	Carga H.	Salário	Custo total da Mão de Obra
Balconista/Garçom	2	8h	R\$ 1.874,00	R\$ 7.382,92
Limpeza	1	8h	R\$ 937,00	R\$ 1.845,73
Caixa	1	8h	R\$ 2.342,50	R\$ 3.658,83
TOTAL			R\$	12.887,48

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

5.3.3 Custos fixos e despesas operacionais

Na (TABELA 11) estão elencados os custos fixos, que são os valores pagos mensalmente para que a choperia tenha funcionamento. Nem todos estes possuem uma relação direta com a produção, alguns oscilarão para mais ou para menos, mas não deixarão de ser um custo fixo para o estabelecimento. Entre os custos fixos da choperia estão o aluguel, todo o custo da mão de obra, energia elétrica, água, compras de matérias de limpeza, gastos com marketing e contabilidade, a depreciação dos móveis e equipamentos, e o pró-labore dos sócios.

TABELA 11 – CUSTOS FIXOS

Custo Fixo	Valor Mensal
Aluguel	R\$ 3.000,00
Custos da mão de obra	R\$ 12.887,48
Energia elétrica	R\$ 2.000,00
Contabilidade	R\$ 150,00
Água	R\$ 1.000,00
Materiais de higiene e limpeza	R\$ 300,00
Depreciação	R\$ 345,25
Pró-labore	R\$ 2.000,00
Compras de materias	R\$ 500,00
Marketing	R\$ 300,00
Total	R\$ 22.482,73

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

5.4 FLUXO DE CAIXA

A construção das projeções de fluxo de caixa de uma empresa é baseada em algumas premissas. Ela consiste na entrada e saída de capitais em um horizonte de tempo definido, em nosso caso, por um período de 3 anos. Os valores são expressos em valores atuais, ou seja, não consideram as variações futuras nos preços.

Já foram definidas as estimativas de faturamento, assim como a estrutura de custos, despesas e impostos. A partir disso foi elaborada uma estimativa de fluxo de caixa, mês a mês por um período de 3 anos. É importante salientar que foram mantidos constantes tanto o faturamento quanto os custos, com o intuito de facilitar o entendimento do mesmo. Foi também abstraído o aumento de clientela do estabelecimento que poderia ocorrer durante o período.

Considerando os R\$ 100.000,00 investido pelos sócios e descontando os desembolsos dos investimentos em mobiliário, máquinas, equipamentos e outros investimentos pré-operacionais que totalizam R\$ 55.874,00 temos que o saldo inicial do caixa será de R\$ 44.126,00. No primeiro mês não será considerado os recebimentos a prazo, será considerado apenas 30% do faturamento que é a estimativa de vendas em dinheiro ou no débito.

Nas três tabelas a seguir estão as estimativas dos fluxos de caixas mês a mês para os três primeiros anos do empreendimento.

TABELA 12 – FLUXO DE CAIXA PREVISTO ANO 1

	Janeiro		Fevereiro	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 44.126,00		R\$ 3.728,44	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo			R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 66.278,00	R\$ 62.549,57	R\$ 77.568,44	R\$ 62.549,57
	Março		Abril	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 15.018,87		R\$ 26.309,31	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 88.858,87	R\$ 62.549,57	R\$ 100.149,31	R\$ 62.549,57
	Maio		Junho	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 37.599,74		R\$ 48.890,18	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 111.439,74	R\$ 62.549,57	R\$ 122.730,18	R\$ 62.549,57
	Julho		Agosto	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 60.180,61		R\$ 71.471,05	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 134.020,61	R\$ 62.549,57	R\$ 145.311,05	R\$ 62.549,57

Continua.

	Setembro		Outubro	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 82.761,48		R\$ 94.051,92	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 156.601,48	R\$ 62.549,57	R\$ 167.891,92	R\$ 62.549,57
	Novembro		Dezembro	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 105.342,35		R\$ 116.632,79	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 179.182,35	R\$ 62.549,57	R\$ 190.472,79	R\$ 62.549,57

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

TABELA 13 – FLUXO DE CAIXA PREVISTO ANO 2

	Janeiro		Fevereiro	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 127.923,22		R\$ 139.213,66	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 201.763,22	R\$ 62.549,57	R\$ 213.053,66	R\$ 62.549,57
	Março		Abril	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 150.504,09		R\$ 161.794,53	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 224.344,09	R\$ 62.549,57	R\$ 235.634,53	R\$ 62.549,57
	Maio		Junho	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 173.084,96		R\$ 184.375,40	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 246.924,96	R\$ 62.549,57	R\$ 258.215,40	R\$ 62.549,57
	Julho		Agosto	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 195.665,83		R\$ 206.956,27	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 269.505,83	R\$ 62.549,57	R\$ 280.796,27	R\$ 62.549,57

Continua.

	Setembro		Outubro	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 218.246,70		R\$ 229.537,14	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 292.086,70	R\$ 62.549,57	R\$ 303.377,14	R\$ 62.549,57
	Novembro		Dezembro	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 240.827,57		R\$ 252.118,01	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 314.667,57	R\$ 62.549,57	R\$ 325.958,01	R\$ 62.549,57

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

TABELA 14 – FLUXO DE CAIXA PREVISTO ANO 3

	Janeiro		Fevereiro	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 263.408,44		R\$ 274.698,88	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 337.248,44	R\$ 62.549,57	R\$ 348.538,88	R\$ 62.549,57
	Março		Abril	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 285.989,31		R\$ 297.279,75	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 359.829,31	R\$ 62.549,57	R\$ 371.119,75	R\$ 62.549,57
	Maio		Junho	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 308.570,18		R\$ 319.860,62	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 382.410,18	R\$ 62.549,57	R\$ 393.700,62	R\$ 62.549,57
	Julho		Agosto	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 331.151,05		R\$ 342.441,49	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 404.991,05	R\$ 62.549,57	R\$ 416.281,49	R\$ 62.549,57

Continua.

	Setembro		Outubro	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 353.731,92		R\$ 365.022,36	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 427.571,92	R\$ 62.549,57	R\$ 438.862,36	R\$ 62.549,57
Fluxo de Caixa Mensal ANO 3				
	Novembro		Dezembro	
	Entradas	Saídas	Entradas	Saídas
Saldo Inicial	R\$ 376.312,79		R\$ 387.603,23	
Recebimentos a vista	R\$ 22.152,00		R\$ 22.152,00	
Recebimentos a prazo	R\$ 51.688,00		R\$ 51.688,00	
Custos de produção		R\$ 34.455,00		R\$ 34.455,00
Custos Fixos		R\$ 22.482,73		R\$ 22.482,73
Impostos		R\$ 5.611,84		R\$ 5.611,84
Saldo Final	R\$ 450.152,79	R\$ 62.549,57	R\$ 461.443,23	R\$ 62.549,57

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

5.5 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO (DRE)

Ao término de toda a análise do plano financeiro é preciso descrever o demonstrativo de resultados onde foram identificados todas as receitas e custos, anuais da choperia, dando como resultado operacional o lucro ou prejuízo líquido.

TABELA 15 – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO (DRE)

Descrição	ANO 1	ANO 2	ANO 3
1. Receita bruta com vendas	R\$ 886.080,00	R\$ 886.080,00	R\$ 886.080,00
2. Impostos sobre vendas	R\$ 67.342,08	R\$ 67.342,08	R\$ 67.342,08
3. Receita líquida de vendas = 1 - 2	R\$ 818.737,92	R\$ 818.737,92	R\$ 818.737,92
4. Custos de produção	R\$ 413.460,00	R\$ 413.460,00	R\$ 413.460,00
5. Margem de Contribuição = 3 - 4	R\$ 405.277,92	R\$ 405.277,92	R\$ 405.277,92
7. Custos Fixos	R\$ 269.792,70	R\$ 269.792,70	R\$ 269.792,70
8. Resultado Operacional = 6 - 7	R\$ 135.485,22	R\$ 135.485,22	R\$ 135.485,22

FONTE: Elaboração própria a partir de análise financeira e contábil. (2017)

5.6 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK)

O Prazo de Retorno do Investimento, ou *payback*, constitui o tempo necessário para que o investimento feito no negócio seja recuperado. O cálculo do *payback* é feito dividindo-se o investimento inicial total pelo lucro líquido mensal, obtendo desta maneira o tempo necessário (em meses) para que o investimento seja recuperado.

Levando-se em conta o valor total investido pelos sócios de R\$ 100.000,00 e o lucro líquido mensal estimado em R\$ 11.290,44, o cálculo do *payback* fica assim:

$$\text{Payback} = \frac{\text{R\$ } 100.000,00}{\text{R\$ } 11.290,44}$$

Este cálculo nos dá um período de *payback* de 8,86 meses, ou seja o investimento total deverá ser recuperado entre o 8º e o 9º mês de operações.

5.7 RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO (ROI)

O retorno sobre o investimento avalia o retorno mensal sobre os recursos aplicados pelo investidor, a uma taxa simples. A equação abaixo determina o cálculo da taxa de atratividade do investimento. O cálculo do ROI é feito dividindo-se o lucro líquido mensal pelo capital investido, obtendo desta maneira o tempo necessário (em meses) para que o investimento seja recuperado. Portanto o cálculo do retorno sobre o investimento fica assim:

$$\text{ROI} = \frac{\text{R\$ } 11.290,44}{\text{R\$ } 100.000,00} = 11,29\% \text{ a.m.}$$

Isso significa que os sócios investidores da choperia terão um retorno de 11,29% ao mês sobre o capital investido.

5.8 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)

O Valor Presente Líquido, ou VPL, é uma ferramenta muito utilizada para se determinar a viabilidade de investimentos ou projetos. O VPL é a fórmula matemático-financeira de se determinar o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa apropriada (conhecida como taxa de atratividade), menos o custo do investimento inicial. O VPL não pretende determinar diretamente a mensuração da rentabilidade do projeto, apenas se ele é viável economicamente ou não, ou seja, caso o VPL tenha um resultado positivo, ele será considerado um investimento viável. Para calcular o VPL, foi utilizado o fluxo de caixa dos três primeiros anos e uma taxa mínima de atratividade (TMA) de 15% ao ano.

Assim, considerando-se:

VPL = Valor Presente Líquido

FCo = Investimento Inicial

TMA = Taxa Mínima de Atratividade = 15%

SCa = Saldo de caixa no período

$$VPL = -FCo + \frac{+SC1}{1+TMA} + \frac{+SC2}{(1+TMA)^2} + \frac{+SC3}{(1+TMA)^3}$$

Portanto temos que o cálculo do VPL para a choperia é o seguinte:

$$VPL = -R\$ 100.000,00 + \frac{R\$ 127.923,22}{1,15} + \frac{R\$ 263.408,44}{(1,15)^2} + \frac{R\$ 398.893,66}{(1,15)^3}$$

O resultado desse cálculo é de R\$ 472.691,26, o VPL positivo demonstra a viabilidade do empreendimento, significando a geração líquida de riqueza pelo negócio, resultando em agregação de valor econômico aos acionistas e empreendedores.

5.8 TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)

A taxa interna de retorno (TIR) representa a taxa de retorno que iguala o Valor Presente Líquido (VPL) à zero. O cálculo do VPL é um importante instrumento para se determinar a atratividade econômica de um investimento. Com o VPL é possível fazer uma comparação entre a TIR, e a taxa mínima de atratividade definida pelo investidor, facilitando desta forma as decisões do investimento. O cálculo da TIR para o presente projeto pode ser encontrado utilizando-se a seguinte equação, resolvendo a variável “i”.

$$VPL = -FCo + \frac{+SC3}{(1+i)^3}$$

VPL = Valor Presente Líquido

FCo = Investimento Inicial

SC3 = Retorno de caixa dos 3 primeiros anos

Assim temos:

$$0 = - R\$ 100.000,00 + \frac{R\$ 790.225,32}{(1+i)^3}$$

Realizando-se o cálculo, temos que o empreendimento citado possui uma taxa interna de retorno (TIR) da ordem de 175,84% ao ano, um valor extremamente atrativo considerando-se as alternativas do mercado.

6. CONCLUSÃO

O objetivo geral desse projeto era apresentar estudos e análise de viabilidade econômica para a implantação da choperia Solana Star na Rua Marquês do Paraná, no bairro Água Verde em Curitiba. Para atingir esse objetivo foram abordados os aspectos financeiros para determinar a viabilidade ou não do respectivo projeto. Foi calculado que seria necessário um investimento de R\$ 82.280,18. Mas os sócios, de comum acordo, decidiram investir R\$ 50.000,00 cada para manter a segurança do projeto, dessa forma o investimento inicial foi de R\$ 100.000,00. Esse investimento que foi utilizado no cálculo dos indicadores de viabilidade do projeto.

Após serem calculadas as estimativas de gastos e receitas durante o período de três anos posterior à abertura do estabelecimento, assim como o lucro líquido esperado, da ordem de R\$ 406.455,66 neste período, pode-se constatar que retorno do investimento (*payback*) se dará entre o 8º e 9º mês de funcionamento. Se as projeções estiverem próximas ao que será encontrado na realidade da implementação da choperia, o retorno do investimento se dará em um horizonte de tempo relativamente curto.

O cálculo do retorno sobre o investimento (ROI) mostrou que os sócios investidores da choperia terão um retorno de 11,29% ao mês sobre o capital investido. O valor presente líquido (VPL), no valor de R\$ 472.691,26 ao fim do terceiro ano de funcionamento, mostra que existem grandes chances do retorno do investimento ser alto. A taxa interna de retorno (TIR), que ficou em 175,84% ao ano, é um dos melhores indicadores para mostrar como o investimento é viável. A taxa mínima de atratividade (TMA) estipulada em 15% foi amplamente ultrapassada.

Em suma, todos os indicadores utilizados mostram um ótimo retorno para o investimento. Se as projeções estiverem corretas ou próximas disso, a implementação da choperia Solana Star em Curitiba, do ponto de vista econômico-financeiro, é viável.

A emergência de Curitiba como um polo cervejeiro tanto no cenário nacional quanto internacional, sua reconhecida qualidade de vida, tornam a cidade um excelente polo de entretenimento, que precisa de estabelecimentos a altura desta vocação. Por isso a Choperia Solana Star buscará sempre a excelência, almejando o status de referência entre os bares da cidade. Foi em busca dessa excelência que foram selecionados os produtos que virão a ser ofertados no novo empreendimento.

Assim, conclui-se finalmente, que o empreendimento em questão tem condições plenas de entrar em funcionamento e obter lucros significativos. O planejamento detalhado das atividades, traçando um percurso que minimiza obstáculos e aperfeiçoa bons resultados. Tem-se assim a oportunidade de assegurar o equilíbrio financeiro, assegurar a compatibilização entre entradas e saídas de caixa, para honrar as obrigações assumidas, avaliar os resultados, visando à maximização dos lucros.

REFERÊNCIAS

ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução nº. 23, de 15 de março de 2000.** Dispõe sobre o Manual de Procedimentos Básicos para Registro e Dispensa da Obrigatoriedade de Registro de Produtos Pertinentes à Área de Alimentos.

ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução nº278, de 22 de setembro de 2005.** Aprova as categorias de Alimentos e Embalagens Dispensados e com Obrigatoriedade de Registro.

ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução RDC nº. 360, de 23 de dezembro de 2003.** Aprova o Regulamento Técnico sobre Rotulagem Nutricional de Alimentos Embalados, tornando obrigatória a rotulagem nutricional.

ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução RDC nº. 259, de 20 de setembro de 2002.** Aprova o Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados.

ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução RDC nº3, de 02 de janeiro de 2001.** Aprova o Regulamento Técnico que aprova o uso de Aditivos Edulcorantes, estabelecendo seus Limites Máximos para os Alimentos.

BRASIL. **A lei 8.069, de 13 de setembro de 1990.** Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente. No artigo 81 estabelece a proibição da venda de bebidas alcoólicas à criança ou adolescente.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº. 8.078, em 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre o objetivo de regular a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca do reequilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor. As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo CDC.

BRASIL. **Decreto no 2314, de 4 de setembro de 1997.** Dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Regulamenta a Lei no 8.918, de 14 de julho de 1994. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 5 set. 1997.

BRASIL. **Instrução Normativa nº19, de 15 de dezembro de 2003.** Aprova as Normas sobre os Requisitos, Critérios e procedimentos para o Registro de Estabelecimento, Bebida e fermentado Acético e Expedição dos Respetivos Certificados.

BRASIL. **Lei nº. 11.705, de 19 junho de 2008.** Altera a Lei no 9.503, de 23 de setembro de 1997, que 'institui o Código de Trânsito Brasileiro', e a Lei no 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos relacionados ao fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4o do art. 220 da Constituição Federal, para inibir o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº. 9.294, de 2 de julho de 1996.** Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumigantes, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. **Decreto Nº 6871, de 04 de junho de 2009.** Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.

CERVBRASIL. Associação Brasileira da Industria da Cerveja. **Anuário 2015.** Disponível em <<http://www.cervbrasil.org.br/arquivos/ANUARIOCB2015WEB.pdf>> Acesso em 16 novembro 2017.

CLUBE DO MALTE. Disponível em: <<https://www.clubedomalte.com.br>>. Acesso em 18 novembro 2017.

CONTABILIZEI. **Tabela do Simples Nacional.** Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/anexo-1-simples-nacional>>. Acesso em 17 novembro 2017.

GOOGLE. Pesquisa realizada para obtenção dos preços dos equipamentos e utensílios necessários para a abertura do empreendimento. Disponível em: <<http://www.google.com.br>>. Acesso em 5 novembro 2017.

GOOGLE MAPS. **Pesquisa por choperias na região do Água Verde.** Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps>> Acesso em 4 dezembro 2017.

IBC. Instituto da Cerveja Brasil. **Guia completo: entenda como está o mercado de cervejas no Brasil.** IBC. Disponível em: <<https://www.institutodacerveja.com.br>>. Acesso em 27 novembro 2017.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 15 novembro 2017.

IBOPE. **Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.** Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/>>. Acesso em 15 novembro 2017.

IPSOS. **Instituto Ipsos Marplan.** Disponível em: <<https://www.ipsos.com/pt-br>>. Acesso em 15 novembro 2017.

SEBRAE. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.** <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em 19 novembro 2017.